

عنوان مقاله:

ارزیابی روش های مؤثر بازاریابی ورزشی از دیدگاه مدیران ادارات تربیت بدنی استان کردستان

محل انتشار:

اولین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

طه رزم آرا - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

کمال حسینی - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

سعید عبدی - کارشناس ارشد تربیت بدنی و عضو هیئت علمی دانشگاه فرهنگیان پردیس شهید مدرس کردستان

حامد نظروییسی - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این پژوهش، ارزیابی روش های مؤثر بازاریابی ورزشی از دیدگاه مدیران ادارات تربیت بدنی استان کردستان بود این پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی بود. نمونه ی آماری این تحقیق برابر با جامعه آماری (N=135) و شامل کلیه مدیران تربیت بدنی در ادارات و باشگاه های ورزشی شهرستان اصفهان بود. جهت جمع آوری اطلاعات از پرسش نامه محقق ساخته با 38 سوال در 8 متغیر بهره گرفته شد، و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ 0/86 تایید شده برای تجزیه و تحلیل داده ها علاوه بر شاخص های آماری چون فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار از روش های آمار استنباطی، آزمون t تک متغیره و آزمون فریدمن استفاده شد یافته های تحقیق نشان داد استفاده از مطبوعات، تبلیغات، سیستم های فناوری، حق پخش مسابقات، برگزاری مسابقات ورزشی، برگزاری همایش ها و کارگاه های آموزشی، خرید و فروش برای بازاریابی ورزشی روش مناسب و تأثیرگذار بود. از آزمون فریدمن برای رتبه بندی این 8 متغیر استفاده شد که طبق نتایج فریدمن حق پخش مسابقات در رتبه ی اول و حامیان مالی در رتبه ی دوم این رده بندی قرار گرفتند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی ورزشی، مدیران تربیت بدنی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/419344>

